

Personalismo político, símbolos y democracia en San Luis, Argentina.

Quiroga Sergio Ricardo.

Cita:

Quiroga Sergio Ricardo (2021). *Personalismo político, símbolos y democracia en San Luis, Argentina. Jornadas de Sociología UNCUYO 2021. Universidad Nacional de Cuyo. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/sergio.ricardo.quiroga/206>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pgPS/zoU>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Personalismo político, símbolos y democracia en San Luis, Argentina

Mesa 1: Políticas Públicas y Políticas Sociales en Argentina reciente (2000-2020).
Continuidades y rupturas.

Mesa 21. Retos, desafíos y conflictos en las democracias latinoamericanas: ¿Continuidades o rupturas?

Sergio Quiroga. ICAES. Proyecto de Investigación “El personalismo en las instituciones Públicas” de la Universidad Nacional de San Luis.

sergioricardoquiroga@gmail.com

Resumen

Esta ponencia aborda el fenómeno del personalismo político en la provincia de San Luis, Argentina, en el periodo 2015-2019 y pretende formular un análisis preliminar en los planos político, cultural e institucional de este fenómeno subyacente en la cultura política argentina. Por otro lado, examina críticamente la utilización política de ciertos símbolos de la cultura popular, en favor de la promoción del personaje político.

Desde el advenimiento de la democracia en Argentina en diciembre de 1983, los hermanos Alberto y Adolfo Rodríguez Saá han gobernado la provincia de San Luis. El partido peronista se ha convertido en una formidable maquinaria electoral que ha producido una hegemonía política (un poder bifronte) en San Luis, desde diciembre de 1983, sin interrupciones.

Las causas de su permanencia interrumpida en el poder obedecen a múltiples causas. Una de ellas, a la acción personalista desarrollada en la política con el propósito de obtener cada vez más poder.

El personalismo político ha sido relativamente investigado en el campo político/comunicacional latinoamericano y bajo ese concepto pueden desplegarse distintas ideas y concepciones. Existe ya la percepción de que cada vez más ciudadanos, se desvinculan de un partido político en un contexto de desorden y volatilidad electoral,

reduciendo el papel de la representación del partido y de alguna manera promoviendo la personalización del proceso representativo. El personalismo se relaciona con las lógicas políticas latinoamericanas de individualización de la política y la representación, es decir, la persona pública aparece escindida de lo grupal-partidario. El individuo que tiene la representación en los cuerpos colegiados tiende a tomar decisiones convenientes a sus propios intereses, por la obtención de poder, que por mandato de sus representados.

El debilitamiento de los partidos políticos y las dificultades de la representación han sido factores que han promovido la personalización como actitud política y la personalización política ha afectado además a los partidos políticos fragmentándolos y debilitándolos. Estos partidos tradicionales sufren una erosión de identidades partidistas por parte de los ciudadanos, y la brecha entre representantes y representados se amplía, según diversas dinámicas.

Palabras Claves: Personalismo, democracia, símbolos, participación ciudadana.

1. Introducción

Esta ponencia busca abordar el fenómeno del personalismo político y trazar una mirada de la cultura política personalista en la provincia de San Luis, Argentina. Examina la construcción de los mitos gubernamentales y también indaga en la apropiación de los símbolos populares por parte del pequeño grupo gobernante conformado por los hermanos Rodríguez Saa, Adolfo y Alberto, pertenecientes al Partido Justicialista. Triunfante en las elecciones de 1983, los Rodríguez Saa administran la provincia, casi sin interrupciones, hasta la actualidad. Ambos se convirtieron en líderes del Partido Justicialista de San Luis, ambos fueron gobernadores de San Luis por varios periodos. Alberto y Adolfo fueron denunciados en tres oportunidades por enriquecimiento ilícito, pero todas las denuncias fueron desestimadas por un Poder Judicial sometido a las imposiciones del Poder Ejecutivo (Heredia, 2019).

El partido peronista se convirtió en una formidable maquinaria electoral que ha producido una hegemonía política y cultural en San Luis, desde diciembre de 1983, incorporando recursos materiales del estado provincial en las elecciones y recursos simbólicos adoptando narrativas, mitos y apropiándose de símbolos populares. Los personalismos se nutren de las formas simbólicas y emotivas como modo de acrecentar el poder o legitimarlo. Cooptan símbolos y crean sus narrativas y mitos favoreciendo la domesticación social.

2. El personalismo político

Los factores de emergencia del personalismo político en distintas latitudes en los últimos años corresponden a causas diversas. Algunas de ellas son las crisis de los partidos políticos tradicionales, la concepción de la política como espectáculo (Edelman, 1960), el desarrollo y el auge de los medios de comunicación y los llamados medios o redes sociales y su utilización como canales de exhibición y comunicación política, el desinterés ciudadano por participación en los asuntos públicos, la construcción de narrativas épicas y la utilización y apropiación de símbolos populares unidos a la identidad del político.

El populismo y la acción personalista en la política suele reinventar símbolos o aprovechar los existentes que hacen referencia a la identidad o símbolos históricos representativos, como la veneración a héroes de su propia historia crean y garantizan las identidades colectivas que contribuyen a la identidad de una provincia.

Los análisis recientes están indicando la amplitud y complejidad que está adquiriendo la temática y su vinculación con los sistemas de comunicación pública y los nuevos medios. Por ejemplo, el reciente texto de Tumber y Waisbord *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism* explora cómo las transformaciones recientes en la arquitectura de la comunicación pública y los atributos particulares de la ecología de los medios digitales conducen al tipo de comunicación polarizada, antirrational, poshecha y posverdad defendida por el populismo. De manera interdisciplinaria como multidisciplinaria analiza aspectos de desinformación, desinformación y populismo en países, sistemas políticos y sistemas de medios y con un enfoque global y comparativo del estudio de la desinformación y el populismo identifica elementos y características comunes, que incluyen noticias falsas, mediatización, propaganda, medios alternativos, inmigración, ciencia y elaboración de leyes, entre otros.

El personalismo tiene relación, además, con la representación, es decir, con la persona pública en el *devenir personalista* aparece escindida de lo colectivo-partidario. El individuo que tiene la representación de sus mandados en los cuerpos colegiados y tiende a adoptar decisiones convenientes a sus propios intereses, más que por el interés público y comunitario. El personalismo en la política se refiere a un cambio de actores e instituciones colectivos a individuales cuyas acciones son dirigidas al interés privado de sus actores.

Tres tipos principales de personalización política pueden esbozarse: personalización institucional, mediático y conductual. Estos pueden clasificarse en subtipos: personalización institucional a nivel estatal y de partido; personalización de medios mediados (o controlados) o no mediados (o no controlados); y personalización en el comportamiento de políticos y votantes (Rahat y Sheaffer, 2007). Además, la personalización puede estar centrada en los líderes (personalización centralizada) o centrarse en políticos individuales más allá de los líderes del partido (personalización descentralizada (Balmas et. Al. 2014).

Los estudios de personalización política han revelado la importancia de los líderes políticos y los candidatos individuales para la elección del voto (Bittner, 2011; Costa Lobo y Curtice 2015; Garzia, 2014). Otros estudios se centran en cómo la atención de los medios se ha dirigido hacia políticos individuales en lugar de partidos (Hermans y Vergeer. 2013; Kriesi, 2012; Reinemann y Wilke, 2007; Van Aelst, Shaefer y Stanyer, 2011; Van Aelst Sheaffer, Hube y Papathanassopoulos, 2017). Además, se ha estudiado la personalización en relación con la distribución del poder dentro de los partidos políticos, investigando en qué medida el poder se centraliza en manos de los líderes del partido (Poguntke y Webb, 2005) o este poder se descentraliza haciendo que los políticos individuales actúen más independientemente de su partido (Balmas et al. al.2014; Rahat y Shaefer, 2015). Estudios recientes también han iluminado los aspectos institucionales de la personalización política (Colomer, 2011; Renwick y Pilet, 2016)

La personalización de la política y la política personalizada pueden parecer un resultado obvio del debilitamiento de los vínculos entre los partidos políticos y la sociedad y los individuos, y el desarrollo de las técnicas de comunicación, especialmente en los nuevos medios de comunicación. Sin embargo, la evidencia empírica es escasa y a veces contradictoria como han señalado Karvonen, (2010); Adam y Maier (2010); Van Aelst, Sheaffer y Stanyer (2011).

Rebolledo (2017) ha señalado que la personalización es una tendencia en auge de la política contemporánea y que hace referencia al protagonismo que han adquirido los líderes políticos en relación con sus partidos, ubicándose en el centro del proceso político. Laguna (2011) destaca que, desde la teoría democrática de las elites, el liderazgo ha sido considerado una pieza básica del sistema representativo democrático por el rol que desempeña: desde nexo de unión de los militantes, pasando por ser la voz y el rostro del partido en sus aspiraciones, hasta devenir icono del electorado. La personalización política puede describirse desde la

actuación individual como un *"proceso en el que el peso político del actor individual en el proceso político aumenta con el tiempo, mientras que la centralidad del grupo político (es decir, el partido político) disminuye"* (Rahat y Sheaffer, 2007, p. 65). Una definición en estos términos similar brinda Karvonen, (2010, p.4) y Mancini y Swanson (1996, p10). Sin embargo, el proceso de personalización política constituye un fenómeno multifacético. La personalización de la política tiende a socavar la representación política.

El estudio de la personalización es importante para el estudio de la democracia en general y de las organizaciones (instituciones) en particular, porque desafía el papel clave de los partidos políticos o grupos políticos que se conforman para eventuales elecciones o para actuar de manera sostenida en el sistema democrático. Sin embargo, la comprensión conceptual de la personalización, así como las explicaciones teóricas de por qué y cuándo se inicia la personalización, aún no están suficientemente iluminados y deben desarrollarse aún más evidencia empírica de la personalización que resulta aún escasa e inconclusa.

3. Mitos y Símbolos

Casullo (2019) expone en su libro *¿Por qué el populismo funciona?* que "los mitos se relatan como verdad, como algo que sucedió efectivamente en el pasado, lo que lo diferencia de las leyendas es que su héroe no es individual, sino colectivo" (Casullo 2019, p. 50). Agrega Casullo que *"los mitos políticos cuentan el origen de una comunidad, de un pueblo, como se formó, bajo qué circunstancias y quienes lo hicieron posible"* (Casullo 2019, p. 50).

Personalismo político y populismo tienen puntos en común. El populismo alude a una política oportunista que se expresa en favor de las masas a las que desea atraer, más allá de contenidos políticos, y que manipula o explota a los ciudadanos para fines u objetivos individuales. El populismo funciona, porque se presenta más *"creíble y genera mayor identificación que un discurso de otro tipo (...) y logra dar respuesta a las dificultades, los miedos y las ansiedades de los ciudadanos"* (Casullo, 2019, p. 17). Según Casullo, el populismo es tan eficaz porque se vehiculiza mediante un mito: concibe a la sociedad bajo caracteres narrativos, es decir, se edifica un relato *"articulado por un héroe, un villano y un daño, cuya efectividad social es al mismo tiempo consecuencia y causa de la autoridad performativa del líder."* (Casullo, 2019, p. 18).



Las figuras de héroe, el villano y el pueblo son los protagonistas de las narraciones populistas. En primer lugar, el ídolo es una persona carismática, poderosa y con dotes excepcionales que genera entusiasmo y esperanza y el vínculo que se establece entre el líder populista y el pueblo es directo, sin mediaciones personales ni institucionales.

En el caso de San Luis, el gran mito funcionó de la siguiente manera: los ídolos fueron los hermanos Rodríguez Saa, el villano el atraso y el olvido y la lucha épica promover el empleo gracias a la Ley de Promoción Industrial y confundir negocios privados con asuntos estatales. Redención, no hubo.

4. Símbolos

En política, como en otros espacios, los símbolos juegan un rol fundamental en la manera en que los actores construyen mecanismos de interacción con otros actores, para generar condiciones que sean favorables para la obtención de los intereses que se plantean, en un contexto de disputa continua en la arena política-social por el ejercicio del poder. Por otro lado, el ejercicio de la acción de gobierno necesita de ciertos símbolos para mantener espacios de legitimidad y de argumentación. La política promueve y fabrica fórmulas retóricas con las que busca un espacio semántico de relevancia social, de manera que muchos se asocien a una causa. La comunicación política ha desarrollado sus técnicas en niveles que van ya mucho más allá de lo meramente verbal, configurando imágenes para proyectar al líder como a una persona auténtica y genuina, con las mismas aspiraciones y preocupaciones que todo ciudadano. Además, busca además estatalizar los contextos para dotar a lo gubernamental de un cierto apartidismo.

La comunicación política ha alcanzado el mundo de lo teatral, creando pseudo-eventos (siguiendo la terminología de Katz), auténticos escenarios en los que los personajes, adoptando su papel, siguen un guion para transmitir un mensaje lleno de fuerza simbólica. La política está llena de discursos, ruedas de prensa, fotos de la familia, ceremonias, etc. Sartori diagnosticó los riesgos de esta escenificación de la política. Profundizando en la verdadera dimensión simbólica de la política, de la sociedad y de la persona, entienden que los símbolos son necesarios en la vida social, ya que hacen públicos significados que en principio son subjetivos (Burke).

Ricoeur advierte la necesidad de sacar al símbolo de un lugar secundario, de silencio y del olvido y destaca "una nueva actualidad de la palabra, es el pensamiento implícito en toda fenomenología de los símbolos, que primero pone el acento sobre el objeto, y luego subraya la plenitud del símbolo" (Ricoeur, 2003, p. 32).

Ricoeur llama

símbolo a toda estructura de significación donde un sentido directo, primario y literal designa por añadidura otro sentido indirecto, secundario y figurado, que sólo puede ser aprehendido a través del primero. Esta circunscripción de las expresiones de doble sentido constituye propiamente el campo hermenéutico (Ricoeur, 2003, p. 17).

López Gallegos y Chihu Amparán (2011) examinando la herencia del pensamiento de Murray Edelman (1960) resumido en tres categorías fundamentales como el simbolismo, el lenguaje político y el espectáculo político, señalan que

- ❑ El análisis simbólico de la política propuesto por Edelman (1960) combina una concepción manipuladora de los símbolos, asumidos como herramientas en manos de las élites políticas para mantener inactivas a las audiencias de la política, con una concepción constitutiva del lenguaje político.
- ❑ Según Edelman, la relación fundamental del público masivo con los asuntos políticos no es cognitiva/informativa, sino simbólica/emocional

- ❑ Ese comportamiento simbólico/emocional, no es una “patología” del público; es efecto del carácter constitutivo del simbolismo en la vida humana. (López Gallegos, Chihu Amparán, 2011).

Los hermanos Rodríguez Saa se han beneficiado políticamente (y materialmente) de la utilización política de ciertos símbolos de la cultura popular sanluiseña en favor de su promoción y de sus aspiraciones políticas.

Figura 1. Culto a la personalidad (elaboración del autor)

- ❑ En 1989, en la inauguración del monumento al Pueblo Puntano de la Independencia, que costó 7 millones de pesos y alberga los restos de tres granaderos puntanos que fueron miembros del Ejército Libertador, el entonces presidente Carlos Menem le recordó públicamente a Rodríguez Saá que el país se construyó con *"la sangre de todos los argentinos"*, ya que éste había señalado a sus antepasados como figuras decisivas de la independencia nacional.
- ❑ En 1990, desde el Ministerio de Educación, se intentó imponer en el nivel primario de las escuelas de San Luis un manual de historia con 17 fotos del ex gobernador
- ❑ Alberto Rodríguez Saá, actual gobernador logró convertir la *"Cantata a Pringles"* -obra musical cuya realización compartió con Saúl Bustos- en una obra representativa de la provincia.
- ❑ Se desplazó al Ballet Provincial de sus presentaciones, que había ganado prestigio luego de años de trabajo de investigación folklórica, y se ubico a la "Cantata" en cuanto espacio internacional pudo, con las erogaciones a cargo del Estado.
- ❑ Concurso escolar denominado *"Yo te presento al Adolfo"* cuyo objetivo fundamental era: *"Propiciar la participación de todos los hijos de esta tierra en la campaña Adolfo Presidente, con la certeza de que cada uno, desde su puesto de lucha, puede aportar para hacer trascender la obra de nuestro conductor"*. Fue impulsado desde la "Coordinación de Programas Culturales"

Culto a la Personalidad

8

El monumento

Wiñasky (1995) señala que “el santuario máximo, el símbolo supremo, la quintaesencia sacra, histórica, mitológica, espectacular, la epopeya cantada en piedra que los hermanos Rodríguez Saa construyeron para decirlo todo de una vez, es el imponente Monumento al Pueblo Puntano de la Independencia” (Wiñaski, 1995, p. 57).

Figura N° 2 El monumento al Pueblo Puntano (elaboración del autor)



<https://www.caminosculturales.com.ar/el-monumento-al-pueblo-puntano-de-la-independencia-es-una-obra-dedicada-al-pueblo-de-san-luis/>

Concepción Épica de la Historia
Rescate de la historia provincial
Santuario, epopeya cantada en piedra

Cantata al Pueblo Puntano: 9 funciones. Costo 560.000 dólares
Monumento al Pueblo Puntano: 7 millones de pesos

“Rescatar la historia y las acciones heroicas que el pueblo ha realizado a través del tiempo, ya que el heroísmo del pueblo puntano constituye un elemento esencial en la configuración de nuestra comunidad”

Se convoco al “pueblo de la provincia y del país en su conjunto a movilizarse en homenaje y reconocimiento a la contribución que el pueblo puntano realizo para consolidar la soberanía que hoy disfruta la nación”

Ser Protagonista: Desde allí, Adolfo Rodríguez Saá, quiso lanzar desde allí su candidatura presidencial

El 30 de marzo de 1990, Adolfo Rodríguez Saá firmo el decreto en el que declaro al año 1991 como “Año de Homenaje al Pueblo Puntano de la Independencia donde se expresaba la necesidad de “rescatar de la historia provincial, las acciones heroicas que el pueblo de San Luis ha realizado a través del tiempo... ya que el heroísmo del pueblo puntano constituye un elemento esencial en la configuración de nuestra comunidad” (tomado de Wiñaski, 2003, p. 59).

San Luis era una pequeña provincia, ubicada casi en el centro geográfico de Argentina con apenas 500.000 habitantes, en 1970 era una región en donde prevalecía la ganadería y la agricultura. Ha sido una de las más pobres y postergadas del país. En tiempos coloniales fue una posta entre los puertos del Atlántico (Buenos Aires) y del Pacífico (Santiago-Chile).

5. Industrialización y Decretos

En 1983, Adolfo Rodríguez Saá ganó las elecciones provinciales. El gobierno liderado por este joven líder peronista reaccionó rápidamente a la Promoción Industrial creando el Ministerio de Industria, buscando volver más eficiente el proceso burocrático. El gobierno provincial promulgó discrecionalmente decretos de autorización y el resultado fue impresionante. Atraídas por los considerables beneficios fiscales, alrededor de 2.000

industrias se asentaron en San Luis en la década de 1980. La producción industrial, que en 1983 representaba el 16.2% del grueso del producto provincial, en 1990 fue del 63.4%.

La incipiente y precaria industrialización de San Luis comenzó hacia 1980, con el régimen de promoción industrial que regía en algunas provincias del país. EL régimen industrial establecía que las industrias que se establecieran en las provincias de La Rioja, Catamarca, San Luis y San Juan quedaban exentas de pagar el impuesto a las ganancias y el impuesto al valor agregado. La Ley 22.021 fue promulgada en 1979 y solamente otorgaba estos beneficios a la provincia de La Rioja. Luego, entre 1982 y 1983 se sancionó la extensión y vigencia del régimen de promoción fiscal para Catamarca, San Luis y San Juan (Quiroga, 2018). La aplicación de la ley primero correspondió al gobierno nacional y desde 1983 al gobierno de la provincia de San Luis, y este hecho ayudo a la construcción de la idea de un San Luis con “pleno empleo” y a la utilización política en la gestión.

La Ley de Promoción Industrial posibilitó que distintas empresas con beneficios impositivos, se radicaran en suelo sanluiseño desde 1980. Según Wiñaski (1995, p. 90) “los decretos de radicación de empresas promocionales se vendieron en San Luis. El único de los entrevistados que negó la venta de decretos es el propio gobernador Adolfo Rodríguez Saa”. El periodista destaca que “las más altas jerarquías de la DGI nacional apuntaban que en San Luis se perpetro un fraude que tiene las dimensiones de la deuda externa” (Wiñaski, 1995, p. 91).

Ciudadanos de distintas provincias argentinas llegaron a San Luis con el sueño de trabajar, obtuvieron empleo y se asentaron en la provincia. La nueva composición social y los cambios emergentes surgidos como consecuencia del crecimiento demográfico producido por la llegada de nuevos pobladores (obreros, empresarios, etc.) desde la puesta en marcha de la Ley de Promoción Industrial desde 1980, modificaron la geografía urbana y social de la provincia (Quiroga, 2018).

La oferta de empleo de San Luis era atractiva por el estancamiento y las crisis económicas recurrente que la Argentina vivía en ese período y permitió que llegaran nuevos pobladores en busca de empleo a San Luis. Por otro lado, los empleados de la administración pública de San Luis, los maestros, policías y médicos entre otros, cobraban exiguos salarios que siempre se pagaron en término para garantizar como preconizaba el gobierno, la “paz social”. La

educación pública iba camino a la privatización con el nacimiento de las escuelas autogestionadas que “significaron de facto el inicio de la flexibilización laboral docente porque desde entonces el Estado ya no contrata a maestros y profesores con estabilidad, sino que estos son tomados mediante contratos basura por asociaciones privadas o por la Universidad de La Punta” (Heredia, 2019, p.473).

El abuso de poder constante de quienes manejan el poder desde diciembre de 1993, incluyó

la quiebra sospechosa del Banco de la provincia; o las denuncias de venta de permisos de radicación de industrias bajo el régimen de beneficios fiscales que incluyeron cámaras ocultas, o la postergación de pagos a empresas constructoras que terminaron con la quiebra de la mayoría de ellas, para luego cartelizar la obra pública en dos o tres testaferros del Poder (March en Heredia, 2019, p. 9).

Merced al manejo discrecional de esos recursos la familia gobernante, concentró el poder en sus manos como nunca antes había sucedido en la provincia. El gobernador ganó gradualmente el control de los medios, comenzando en 1984-1985 cuando su hermano Alberto, Senador Nacional en ese momento y actual gobernador, compró el principal diario provincial (por mucho tiempo el único) – El Diario de San Luis- y luego controló la TV (privada y pública) y algunas radios. En 1987 la constitución provincial fue reformada incluyendo la reelección indefinida del gobernador y la creación de una cámara alta, cuyos miembros han sido desde entonces 100% partidarios del gobierno, con una sola excepción. El gobernador Rodríguez Saá se convirtió en una figura política nacional y en un líder indiscutido dentro de la provincia. La concentración de poder fue tan grande, que una parte de la literatura política le resulta difícil caracterizar a San Luis como una democracia (Behrend 2011; Bianchi 2013; Gervasoni 2010, Bianchi, 2016). A fines de 1992 fue modificada la autoridad de aplicación de la Ley de Promoción Industrial.

Dice Wiñaski en “El Último Feudo” de 1995:

El espejismo originario, “San Luis es un desierto irredento”, se complementó en los años 80 con el espejismo contrario: “San Luis empieza a ser un verdadero vergel gracias a los hermanos Rodríguez Saá que trajeron las

fabricas a San Luis, que trajeron el cambio, el trabajo, el progreso, el dinero y la importancia". Los Rodríguez Saa utilizaron un eslogan fundamental: San Luis, milagro argentino". De un desierto broto un milagro, lo imposible y el milagro lo hicieron dos hermanos míticos. Alberto y Adolfo: Rómulo y Remo" (Wiñaski, 1995, p. 89).

El partido Peronista de San Luis con los hermanos Rodríguez Saá en el gobierno, supo construir el *mito del buen gobierno y el trabajo* en un clima de cierta paz social y la bonanza económica, pagando los sueldos de la administración pública adecuadamente, al mismo tiempo que se consumaban negocios privados como la venta de los certificados de radicación de empresas (Wiñaski, 1995, Heredia 2019).

La estrategia gubernamental a lo largo de los años incluyeron políticas públicas diversas, como un fuerte plan de obras públicas, la compra del principal diario de San Luis: *El Diario de San Luis* que después paso a llamarse *El Diario de la Republica*; el control de los medios gubernamentales y medios aliados; la escasa transparencia de los actos de gobierno, el ocultamiento informativo, el control de las cámaras legislativas y la domesticación del poder judicial, el crecimiento de servicios de prensa oficiales y la distribución de la pauta de publicidad "oficial" en los medios cercanos al poder en un contexto de periodismo artesanal y medios famélicos y la construcción de una nueva épica para San Luis. Dice Wiñaski, refiriéndose a San Luis y las narrativas gubernamentales de los Saá, es "como si antes de ellos nada hubiera habido, como si San Luis no hubiera podido nada por si mismo. Nada sin ellos". (Wiñaski, 2019, p. 89),

6. La cultura no es inocente. El Puntanismo (o la exacerbación de la cultura sanluisiense)

Baldi y Quiroga (2015) señalan que el surgimiento del concepto "puntanismo y sanluisismo" apareció de manos de Alberto Rodríguez Saa para identificar la cultura local en los últimos dos años en la provincia de San Luis, Argentina. Los nombres puntanismo y sanluisismo adoptan un nuevo significado para englobar aspectos positivos de la administración provincial. La idea ha sido expresada por miembros relevantes de la administración provincial en diversos medios y ha instituido la semana de la "puntanidad y sanluisismo" que ha sido incorporada en

la provincia de San Luis mediante la Ley No. II 0887-2014 de calendarios de escuelas y colegios. Aparecen los nombres sanluisismo-puntanismo con énfasis en los discursos del ex gobernador de San Luis y gobernador electo (2015-2019).

Antes, Alberto Rodríguez Saa había brindado una conferencia de prensa en el Palacio de Justicia en “Semana de la Puntanidad”, bajo el lema “Yo soy puntano”, donde reflexionó sobre la historia y la tradición puntana. Rodríguez Saa sostuvo que “a todos nosotros nos une algo en común que es el amor por nuestra provincia”. La puntanidad, este diálogo instaurado por el gobierno de San Luis, es algo novedoso y siento que juntarnos una semana todos los años para hablar de nuestra provincia traerá muchos buenos frutos. (Chovanek, 2014).

La Agencia de Noticias San Luis, un medio digital dedicado a la información gubernamental, publica en su edición del 16 de agosto del 2015 que ya se encontraba en vigencia:

(...) la Semana de la Puntanidad y el Sanluisismo, incorporada mediante Ley N° II-0887-2014, a los calendarios escolares y de los institutos de educación superior. Hasta el 25 de agosto diversas instituciones y personalidades reflexionarán acerca de la identidad puntana. Durante el segundo año de vigencia, la ley invita a municipios, poderes del Estado, universidades e instituciones no gubernamentales (ONG), a sumar acciones para las históricas fechas (...) “¿Qué es lo que vamos a hacer en la Semana? Hablar de San Luis, en todas sus variantes. Desde su historia, su fauna, su gastronomía, sus costumbres, su transformación en el tiempo, su evolución económica, cultural, social, las personalidades que hicieron historia y que contribuyeron a que vivamos un presente, y que podamos avizorar con muchísimo optimismo el futuro. Nadie ama lo que no conoce”, destacó el gobernador de la Provincia, CPN Claudio Poggi durante la institucionalización en 2014 (...) La Puntanidad es el amor que le tenemos a nuestra provincia”, sintetizó el exgobernador Dr. Alberto Rodríguez Saá, el año pasado (...) “La Puntanidad es todo lo que nos diferencia de otros pueblos, pero además todo lo que nos une a todos los puntanos (...) Históricamente, Puntanidad y Sanluisismo implican valorar saberes tradicionales, hitos, personas, y modos de expresión que dan sentido de pertenencia a todos los habitantes de la provincia. El historiador Jesús

Liberato Tobares explica que al definir o estudiar esos dos amplios conceptos nace una oportunidad para escucharse recíprocamente (ANSL, 2015).

Del texto periodístico podría interpretarse que hablar de San Luis, de su evolución histórica, cultural, social y de las personalidades que hicieron historia y que contribuyeron a que vivamos un presente significa sobre todo hablar de los Rodríguez Saa. La narrativa predominante y oficial del acontecer de San Luis ha sido desplegada por el Diario de la Republica. Heredia (2019, p, 11) destaca que “la asfixia impuesta desde el 10 de diciembre de 1983, contra los medios de prensa independientes han determinado que en la provincia solo exista una versión de la historia”. Las narrativas y épicas de las acciones gubernamentales muchas veces mezcladas con los negocios personales, características de los personalismos políticos latinoamericanos, implican en San Luis la exposición de que “los Rodríguez Saa son seres magnánimos, sin macula, mientras que los opositores son todos corruptos, seres que conspiran de manera obstinada contra la grandez de San Luis” (Heredia, 2019, p. 11).

Baldi y Quiroga, destacan que:

las expresiones de puntanidad y el sanluisismo emergentes para caracterizar a la cultura sanluisiense parecen estar más próximas al desarrollo de las políticas provinciales de San Luis con una clara intención e instrumentación política. Si San Luis es una tierra de felicidad, la provincia aparece como un lugar distinto en Argentina donde existe buena administración, obras, escasa delincuencia y bajo número de desempleados. De tal forma, que se busca imponer desde los discursos de las élites gobernantes, siendo aceptados con preferencia en el ámbito educativo y cultural (por el sistema de escuelas públicas) esta idea de cultura sanluisiense. De alguna manera, el grupo político hegemónico en San Luis se autoidentifica como quienes impulsan el puntanismo que viene a ser lo mejor para San Luis y su progreso. Un grupo con poder designa pero también encarna al “puntanismo” y le brinda nuevas significaciones (Baldi y Quiroga 2015, p. 11).

Al encarnar y designar quienes son “auténticos puntanos”, por oposición e inferencia establecen quienes no son puntanos y que no es puntanidad. La evolución histórica, cultural, social no podría implicar el reconocimiento de la corrupción, discrecionalidad y abuso de poder que el poder ejecutivo concentrado en las manos de los dos hermanos Rodríguez Saa

expusieron en sus gobernaciones. Y sobre las personalidades que hicieron historia en San Luis en los últimos años sería volver a hablar de ellos, de la falta de transparencia de los actos de gobierno y la construcción de sus fortunas personales en la permanencia de la administración pública.

También son los dos hermanos, quienes contribuyeron a que San Luis tenga un pasado y un presente con áreas desatendidas como la salud, la educación, la seguridad y el aumento de los niveles de pobreza.

7. Democracia

Señala el periodista Gustavo Heredia que entender los procesos políticos ocurridos en la provincia desde la vuelta de la democracia, en el Archivo Histórico de San Luis desde la vuelta a la democracia, “encontrara una versión lavada y discontinuada con sucesos difíciles de vincular, porque la manipulación permanente de la información por parte del Diario de la Republica, se suma la supresión artera de los hechos” (Heredia, 2019, p. 11).

Desde el advenimiento y renovación de la democracia argentina en diciembre de 1983, San Luis ha tenido claros retrocesos en la materia. El poder ejecutivo tiene mayor poder frente a los poderes legislativos y ha podido promover sus narrativas y puntos de vista merced al negocio familiar de la adquisición en 1984 del Diario de la Republica (tras quitarle por varios meses la publicidad oficial) y a un control de la pauta oficial en distintos medios. Ha reformado la Constitución Provincial en 1987, promoviendo entre otras cosas, la reelección indefinida del gobernador. Gervasoni (2018) explica que la reelección indefinida puede ser tomada como un indicador de poca competencia electoral. Los gobernadores que acumulan mucho poder pueden lograr la reelección indefinida, que hace una democracia más débil. El poder que acumula el gobierno es incompatible con la competencia, la rotación y la división de poderes que indica que esas provincias tienen mayor concentración de poder en el Ejecutivo, en desmedro de los otros poderes. En estas provincias que Gervasoni (2018) denomina híbridas los gobernadores gobiernan y controlan todo.

Gervasoni (2018) indica que hay Estados ricos, pero no porque cobran impuestos a empresas ricas, sino que por la ley de coparticipación federal les toca una cantidad de dinero muy alta per cápita. Son Estados muy ricos por rentas del federalismo fiscal. Eso hace que algunos gobiernos tengan mucho dinero para los planes sociales y construyan sociedades que

dependen del empleo público o de esos planes, o tengan medios de comunicación propios o que controlen los medios provinciales mediante la pauta. Los gobernadores suelen entender esto rápidamente y empiezan a acumular poder. Empiezan a ganar elecciones con mayorías importantes, a tener mayoría en las legislaturas y luego empiezan a cambiar las reglas electorales.

Estas democracias formales con escaso recambio, estas democracias opacas, están caracterizadas por tenues o inexistentes división de poderes institucionalizados, personalismos políticos, negocios personales vinculados con el estado, falta de transparencia pública, descalificaciones recurrentes a la prensa “opositora” y escasa participación ciudadana en los asuntos públicos, etc. Cuando el poder ejecutivo tiene preeminencia sobre otros poderes de la democracia, no existe transparencia en la gestión del estado y confusión entre los negocios públicos y privados y se asiste a una cultura política personalista, estamos en presencia de una democracia opaca (Quiroga, 2018).

Una democracia opaca es aquella en la que un poder (poder ejecutivo), tiene más poder e influencia y se impone sobre los otros, es decir, que existe una preeminencia del poder ejecutivo sobre otros poderes y está caracterizada por la concentración del control y del poder en pocas manos, en donde la participación ciudadana no es favorecida y esta socialmente domesticada, y es restringida y escasa. En esta democracia, la información gubernamental no abunda, y existe un contexto general donde las voces opositoras o transgresoras tienen grandes dificultades para expresarse (Quiroga, 2016).

En el caso de San Luis, en la concepción de una democracia opaca, el espacio existente entre los ciudadanos y los gobernantes tiende a ampliarse ya que está caracterizado por una desigualdad creciente. El personalismo político aparece como un fenómeno inherente a la política moderna, con rasgos que pueden percibirse como negativos para la promoción de una democracia participativo y sustentable. Una línea futura de análisis futura que debería impulsarse es la cuestión sobre la posibilidad de reconocer la existencia de democracias participativas y progresistas pueden crecer y desarrollarse sin la presencia de líderes personalistas. La exacerbación del personalismo con el control del poder ejecutivo que indica la preeminencia de uno de los poderes de la democracia sobre los otros, no es característico de las democracias modernas.

8. Bibliografía

Adam, S. & Michaela M. (2010). "Personalization of Politics. A Critical Review and Agenda for Research," in C. T. Salmon (ed.) *Communication Yearbook* 34. New York: Routledge, pp. 213-257.

Adler-Lomnitz, L. (2007). *Simbolismo y Ritual en la Política Mexicana. VI Congreso Chileno de Antropología*. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Valdivia.

Agencia de Noticias de San Luis. (2015). Sitio web:
<http://agenciasanluis.com/notas/2015/08/16/que-es-la-puntanidad/>

Baldi López G. y Quiroga S. (2015). Discursos emergentes y ambigüedad: el "puntanismo y el sanluisismo" como nuevo distintivo cultural de San Luis. *Revista Comunicação, Cultura e Sociedade* n.05, vol. 5, ed.-Dez 2015-Dez 2016, año 2015-16. [http://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/article/viewFile/859/1500].

Balmas, M. (2014). Two routes to personalized politics: Centralized and decentralized personalization, *Party Politics*, 20(1): 37-51

Bittner, A. (2011). *Platform or Personality? The Role of Party Leaders in Elections*. Oxford: Oxford University Press.

Blondel, J., J.L. Thiebault. (2010). *Political Leadership, Parties and Citizens: The personalization of Leadership*. London: Routledge.

Calise, Mauro. (2011). "Personalization of Politics," in Bertrand Badie & Dirk Berg-Schlosser & Leonardo Morlino (eds.) *International Encyclopedia of Political Science*. London: SAGE.
<http://dx.doi.org/10.4135/9781412994163>

Chovanek, K. (22 de agosto del 2014). La Puntanidad es todo lo que nos une, es nuestra alma. *Periódico Judicial* <https://www.periodicojudicial.gov.ar/?p=10367>

Colomer, J. M. (ed.) (2011). *Personal Representation: The Neglected Dimension of Electoral Systems*. Colchester: ECPR Press.

Dalton, R. J. (1985). 'Political Parties and Political Representation; Party Supporters and Party Elites in Nine Nations', *Comparative Political Studies*, 18 (3): 267-299.

Dalton, R. J. (2000). 'The Decline of Party Identifications' in R. J. Dalton and M. P. Wattenberg (eds.) *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*, Oxford: Oxford University Press, pp. 19-36

Dalton, R. J., D. M. Farrell and I. McAllister. (2011). *Political Parties and Democratic Linkage: How Parties Organize Democracy*. Oxford: Oxford University Press.

Drummond, A. (2006). 'Electoral Volatility and Party Decline in Western Democracies: 1970-1995', *Political Studies*, 54(3): 628-64.

Edelman, M (1991). *La construcción del espectáculo político*. Buenos Aires. Manantial.

Edelman, Murray (1960). "Symbols and Political Quies- Bibliografía cence", *The American Political Science Review*, vol. 54, núm. 3, pp. 695-704.

Edelman, Murray (1964). *The Symbolic Uses of Politics*, Urbana, University of Illinois Press.

Garzia, D. (2014). *Personalization of Politics and Electoral Change*. London: Palgrave.

Hermans, L. and M. Vergeer. (2013). "Personalization in e-campaigning: A cross-national comparison of personalization strategies used on candidate websites of 17 countries in EP elections 2009," *New Media & Society*, Vol. 15, No. 1, pp. 72–92.

Gervasoni, C. (2018). *Hybrid Regimes within Democracies. Fiscal Federalism and Subnational Rentier States*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gil-Ramírez, M., Gómez de Travesedo-Rojas, R. y Almansa-Martínez, A. (2019). "Politainment y personalización política. ¿De la televisión a YouTube?". *Revista Latina de Comunicación*

Social, 74, pp. 1542 a 1564. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1398/81es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2019-1398

Gómez, M. (16 de agosto del 2015). ¿Qué es la puntanidad? ANSL. <http://agenciasanluis.com/notas/2015/08/16/que-es-la-puntanidad/>

Heredia, G. (2019). El archivo de los Rodríguez Saa. 36 años de corrupción y poder despótico. Dunken.

Hjarvard, S. (2008). 'The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change', *Nordicom Review*, 29(2): 105-134

Karvonen L. (2010). *The Personalization of Politics: A Study of Parliamentary Democracies*. Colchester: ECPR Press.

Katz, R. (1987). "Party Government and its Alternative," in R. S. Katz (ed) *Party Governments: European and American Experiences*. Berlin: Walter de Gruyter.

Kriesi, H. (2012) "Personalization of National Election Campaigns", *Party Politics*, Vol. 18, No. 6, pp. 825-844.

Laguna A. (2011). Liderazgo y Comunicación: La Personalización de la Política. *Anàlisi* 43, 2011 45-57. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/13306339.pdf>

Laguna, A. (2003). Las perversiones de la democracia. *Ámbitos*. Revista Internacional de Comunicación. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Lobo, M.C. and J. Curtice (eds.). (2015). *Personality Politics? The Role of Leader Evaluations in Democratic Elections*. Oxford: Oxford University Press.

López Gallegos, A. Chihu Amparán, A. (2011). Símbolos, lenguaje y espectáculo en la democracia: el escepticismo político de Murray Edelman. *Espiral*, vol. XVIII, núm. 50, enero-abril, pp. 101-139. Universidad de Guadalajara.

Manin, B. (1998) Los principios del gobierno representativo, Madrid, Alianza Editorial.

Mancini, P. and Swanson, D. L. (1996). "Politics, Media, and Modern Democracy: Introduction," in David. L. Swanson & Paulo Mancini, (eds.), Politics, media and modern society. Westport, CT.: Praeger, pp. 1-26.

Martínez Pandiani, G. (2006). El impacto de la televisión en la comunicación política moderna. *Signos Universitarios*, Revista de la Universidad de El Salvador. Año 25, número extra 1, 2006, pp. 67-88.

McAllister, I. (2007). "The Personalization of Politics," in Russell J. Dalton and Hans-Dieter Klingemann (eds.), Oxford Handbook of Political Behavior. Oxford: Oxford University Press.

Musella, F. (2015). "Personal Leaders and Party Change: Italy in Comparative Perspective," Italian Political Science Review/Rivista Italiana di Scienza Politica, Vol. 45, No. 3, pp 227-247.

Poguntke, T. and P. Webb (2005). The Presidentialization of Politics: A Comparative Study of Modern Democracies, Oxford: Oxford University Press

Rahat, G.; Sheaffer, T. (2007). The personalization(s) of Politics: Israel 1949-2003, Political Communication, 24(1): 65-80

Quiroga, S (2020). Mobilization and citizen participation: the absent social dialogue and the possibility of participatory communication. Paper, PCS, IAMCR Tampere.

Quiroga, S. (2016) Digital Journalism and Education. How Public Authorities Lower the Voice of Citizens. *Revista Acta Universitatis Sapientiae, Communicatio*, 3, pages 21–32. Sapientia Hungarian University of Transylvania Scientia Publishing House. <http://acta.sapientia.ro/acta-comm/C3/comm3-02.pdf>

Quiroga, S. (2016) Digital Journalism, Democracy and Social Transformation. A Public Word Depriving Citizens? En *Digitization and its Impact on Society*. Michele Infante, Luciana Taddei (eds.). Editorial Aracne Editrice Internazionale S.r.l Roma.

Quiroga, S. (2018) *Mitos gubernamentales, políticos-medios y apatía ciudadana*. En XIII Congreso Nacional y VI Congreso Internacional sobre Democracia: los escenarios democráticos del siglo XXI: disrupción, fragmentación, nacionalismo, populismo y nuevos actores globales /

Franco Bartolacci (Comp.)– 1a ed. – Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. <https://es.scribd.com/document/394877924/4-Memoria-Opinion-Pub>, págs. 168-181.

Quiroga, S. (2021). Cap. “Personalismo, mito e herança política”. Em *Democracia, Instituições Políticas e Políticas Públicas. Estudos do I Congresso de Ciência Política do Nordeste*. Alisson Rodrigo de Araújo Oliveira, Duília Dalyana Ribeiro Santos da Nóbrega, Maria Sheylla Campos de Lima, Organizadores. Págs. 97-108. Formato: Ebook/PDF. DOI: 10.36599/qped-ed1.027

Quiroga, S. (2021). Political Personalism and Democratic Culture in San Luis, Argentina. *European Quarterly of Political Attitudes and Mentalities*. Volume 10 Issue No.1 January 2021 pp.1-18. <https://www.eqpam.unibuc.ro/sergioricardoquiroya-politicalpersonalism-and-democratic-culture>

Rebolledo, M. (2017). La personalización de la política: una propuesta de definición para su estudio sistemático. *Revista de Comunicación* 16 (2) (147-176). Recuperado de <https://doi.org/10.26441/RC16.2-2017-A7>

Reinemann, C. and J. Wilke (2007). It's the debates, stupid! How the introduction of televised debates changed the portrayal of chancellor candidates in German press, 1949-2005, *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 12(4): 92-111.

Renwick, A. and Jean Benoit Pilet (2016). *Faces on the Ballot: The Personalization of Electoral Systems in Europe*. Oxford: Oxford University Press.

Thomassen, J. and R. B. Andeweg (2004). 'Beyond collective representation: individual members of parliament and interest representation in the Netherlands', *The Journal of Legislative Studies*, 10(4): 47-69.

Ricoeur, P. (2003). *Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*, 5a ed., Siglo XXI, México.

Servaes J., 1999, *Communication for Development. One World, Multiple Cultures*, Cresskill, NJ: Hampton Press.

Tumber, H, Waisbord, S. (2021). *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism*. Routledge.

Vagaggini, C. (1974). "Tesi per un approccio filosofico gnoseologico della conoscenza simbolica sulla base dei principi essenziali della gnoseologia tomistica", en *Studia Anselmiana*, 64, 125-135, p. 127.

Van Aelst, P., T. Sheafer and J. Stanyer (2011). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings, *Journalism*, 13(2): 203-220.

Van Aelst, P., T. Sheafer, N. Hube and Stylianos Papathanassopoulos. 2017. "Personalization," in Claes de Vreese, Frank Esser and David N. Hopmann (eds.) *Comparing political Journalism*, London: Rotledge, pp. 112-130.

Wattenberg, M. P. (1991). *The Rise of Candidate-centered Politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Wattenberg, M. P. (1994). *The Decline of American Political Parties 1952-1992*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Wiñaski, M. (1995). *El ultimo feudo. San Luis y el caudillismo de los Rodríguez Saa*. Planeta.

AGRIETAR EL NEOLIBERALISMO EN NUESTRA AMÉRICA

Del 31 de mayo al 4 de junio de 2021



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FCPys
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y SOCIALES

Dirección de Carrera
de Sociología